

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dijelaskan, adapun kesimpulan yang bisa diambil sebagai berikut:

1. Kreativitas iklan berpengaruh positif dan mempunyai pengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian *Every Sunday Coffeeshop* di Kota Batam.
2. Persepsi konsumen berpengaruh positif dan mempunyai pengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian *Every Sunday Coffeeshop* di Kota Batam.
3. Kreativitas iklan dan persepsi konsumen berpengaruh positif dan mempunyai pengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian *Every Sunday Coffeeshop* di Kota Batam.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang sudah didapatkan oleh peneliti, adapun saran yang diberikan peneliti untuk peneliti selanjutnya sebagai berikut:

1. Pada penelitian ini hanya menggunakan dua variabel bebas yang mempengaruhi keputusan pembelian, diharapkan pada penelitian selanjutnya untuk bisa menambahkan beberapa variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian sehingga penelitian bisa memberikan informasi yang lengkap dan mendapatkan hasil yang optimal.

2. Di dalam ini kuesioner disebarakan kepada 204 responden, diharapkan untuk penelitian selanjutnya supaya menambahkan jumlah sampel sehingga bisa mendapatkan hasil yang akurat dan dapat menggambarkan kondisi yang sebenarnya.
3. Agar memperoleh hasil penelitian yang lebih baik, disarankan untuk menambah serta mengembangkan indikator pada tiap variabel yang digunakan. Indikator yang ada pada setiap variabel dalam kuesioner bisa memudahkan responden untuk menjawab seluruh pernyataan yang diberikan.